

Martyna Pacak

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

ORCID 0009-0009-5575-863X

Projekt medialnej kampanii społecznej pt. *Niestereotypowi*

Część 1. Diagnoza problemu

Wprowadzenie

Punktem wyjścia do zaprojektowania kampanii społecznej jest zdefiniowanie oraz analiza problemu społecznego, na który chcemy zwrócić uwagę. Jedynie całościowa (holistyczna) charakterystyka stanu wyjściowego pozwala na odpowiednie dopasowanie technik, narzędzi oraz przekazów kampanii do grupy docelowej, czyli do odbiorców przekazu. Krytyczna analiza literatury przedmiotu oraz wyniki badań własnych (diagnoza problemu) pozwoliły na zaprojektowanie ogólnopolskiej kampanii społecznej na temat przeciwdziałania stereotypizacji płciowej dzieci. Z tego względu zebrany materiał zdecydowano się zaprezentować w dwóch artykułach. W pierwszym skoncentrowano się na analizie stereotypów dotyczących dzieci, które funkcjonują we współczesnym społeczeństwie. W drugiej części artykułu przedstawiono autorski projekt kampanii społecznej pt. *Niestereotypowi*, który jest gotowy do wdrożenia¹. Przedstawione badania mają zatem aspekt praktyczny, gdyż przekładają się na realne działania, zastosowane w procesie tworzenia wszystkich elementów kampanii.

Celem artykułu było zaprezentowanie stereotypów obecnych w świadomości społecznej Polaków, obecnego stanu wiedzy na temat stereotypizacji oraz skłonności do stereotypowego postrzegania ze względu na płeć, w oparciu o badania własne. Przeprowadzenie badania było poprzedzone zaobserwowaniem w społeczeństwie skłonności do stereotypizacji płciowej (badanie miało na celu określić słuszność przyjętej tezy oraz skalę badanego problemu społecznego).

¹ Druga część – *Projekt kampanii* – zostanie opublikowana w kolejnym numerze „Infotez”.

Przyjęta teza badawcza zakładała, że stereotypy płciowe, także te dotyczące dzieci, funkcjonują we współczesnym społeczeństwie. W celu weryfikacji tezy sformułowano trzy pytania badawcze: 1) Czy współczesne społeczeństwo posługuje się stereotypami płciowymi?; 2) Czy jest ono świadome procesu stereotypizacji?; 3) Jakie stereotypy są powielane najczęściej? Zastosowano metodę badań sondażowych, bazując na kwestionariuszu ankiety, jako narzędziu badawczym. Podjęty problem dotyczył skłonności do stereotypizowania ze względu na płeć w przypadku dzieci. Przeprowadzone badania pozwoliły na określenie roli stereotypów płciowych w wychowaniu dzieci – z perspektywy rodziców oraz osób młodych (uczniów/studentów) nieposiadających dzieci.

Stereotypy płciowe – definicje i funkcje

Stereotypy związane z płcią, inaczej stereotypy płciowe lub stereotypy płci socjokulturowej² to opinie, informacje (twierdzenia) popularyzowane i rozpowszechniane na szeroką skalę przez „reprezentacje zbiorowe”, które przypisują do płci (np. mężczyzna/kobieta) role społeczne oraz atrybuty społeczne (np. kariera/rodzina, nauka/sport/sztuka)³. Stereotypy związane z płcią stanowią źródło odmiennych, z góry narzuconych, oczekiwań społecznych wobec przedstawicieli danej płci⁴. Tego rodzaju wymagania w przypadku dzieci najczęściej dotyczą osiągnięć szkolnych oraz zachowań społecznych. Od dziewcząt społeczeństwo objęte stereotypem oczekuje mocniej rozwiniętych umiejętności społecznych oraz kompetencji emocjonalnych. Natomiast od chłopców wymaga się umiejętności przywódczych oraz przebojowości. Stereotypy związane z płcią mogą skłaniać nie tylko nauczycieli do odmiennego, a zarazem schematycznego i naśladowczego traktowania uczniów oraz uczennic, ale również rodziców/opiekunów – do stereotypowego postrzegania i traktowania swoich synów i córek⁵.

Wyznaczanie oraz funkcjonowanie ról społecznych związanych ze stereotypem płci ma miejsce podczas procesu socjalizacji w naturalnym dla dziecka środowisku, m.in. rodzinnym lub przedszkolnym/szkolnym. Osoby aktywnie uczestniczące w rozwoju i wychowaniu dzieci (rodzice, rodzina, nauczyciele, najbliższe otoczenie społeczne), poprzez specyfikę wzajemnych interakcji, głos, gesty, a także wybór ubrań oraz zabawek, sygnalizują dziecku płeć, do której należą oraz związane z tym konsekwencje społeczne i oczekiwania⁶.

² S. Królikowska, *Rola stereotypów płci w kształtowaniu postaw kobiet i mężczyzn wobec zdrowia*, „Nowiny Lekarskie” 2011, nr 5, s. 388.

³ T.E.S. Charlesworth, M.R. Banaji, *Patterns of Implicit and Explicit Stereotypes III: Long-Term Change in Gender Stereotypes*, „Social Psychological and Personality Science” 2022, vol. 13, s. 14-26.

⁴ S. Trusz, *Kulturowa transmisja stereotypu płci. Co sprawia, że mężczyźni studiują na kierunkach ścisłych lub technicznych, a kobiety na kierunkach humanistycznych lub społecznych?*, „Labor et Educatio” 2015, nr 3, s. 266.

⁵ Tamże, s. 266-267.

⁶ J.M. Garbula, *Dzieci wobec stereotypów płci*, „Forum Oświatowe” 2009, nr 1, s. 54.

W kolejnej definicji pojęcie stereotypu płciowego zostało wyjaśnione jako przekonania (opisowe, nakazowe, zakazowe), które odróżniają kobiety od mężczyzn. Opierają się one na atrybutach danej płci i odnoszą się do konkretnych zachowań, cech fizycznych, psychicznych lub predyspozycji zawodowych⁷. Stereotypy związane z płcią są również rozumiane jako uogólnienia na temat tego, jakie są kobiety oraz jacy są mężczyźni. Definicja ta została oparta o teorię ról społecznych, gdzie rola społeczna jest rozumiana jako zbiór oczekiwań oraz obowiązków związanych z pozycją lub stanowiskiem, zajmowanym w strukturze społecznej⁸.

Stereotypy płciowe mają dużą siłę oddziaływania na zachowania społeczne, w tym codzienne funkcjonowanie oraz percepcję rzeczywistości⁹. Umownie przyjęte (normatywne) stereotypy płciowe w sposób naturalny funkcjonują w społeczeństwie, ewoluują oraz łączą się ze sobą – tworząc tym samym ideologię płci. Pojęcie wspomnianej ideologii zostało zdefiniowane jako filozofia danej płci. Odnosi się ona do wyobrażeń, jak dana płeć postrzegana jest przez społeczeństwo (kategorie, do których jest przypisywana oraz miejsce zajmowane w hierarchii)¹⁰.

Stereotypizacja płciowa – źródła oraz możliwe konsekwencje

Ewelina Białopiotrowicz oraz Jerzy Kojkoł jako źródła stereotypizacji wskazują trzy dominujące mechanizmy, sklasyfikowane jako: poznawczy – opierający się na kategoryzacji oraz tworzeniu reprezentacji grupowych i afektywny – powstający w wyniku zderzenia się (konfrontacji) przekonań, jakie posiada na dany temat lub o danej osobie jednostka – z emocjami, które nią kierują. Kolejny mechanizm, nazwany społeczno-motywacyjnym, bazuje na procesach przynależności społecznej (tożsamości społecznej). Motywacją dla danej grupy jest interpretacja, postrzeganie swojej społeczności (grupy społecznej) jako lepszej, bardziej wartościowej względem pozostałych grup. Poza wyżej wspomnianymi mechanizmami kształtowania się stereotypów (w tym stereotypów płciowych), istotny aspekt to uwarunkowania kulturowe danej jednostki lub grupy. Rzeczywistość kulturowa przyczynia się do określania i wyznaczania społecznych stereotypów za pomocą: przyjętych ról społecznych, konformizmu (dostosowywania się do norm społecznych) oraz poprzez proces socjalizacji¹¹.

⁷ L.M. Ward, P. Grower, *Media and the development of gender role stereotypes*, "Annual Review of Developmental Psychology" 2020, vol. 2, s. 177-199.

⁸ M. Chodkowska, *Teoria ról społecznych a badania socjopedagogicznych problemów zdrowia i choroby*, „Chowanna” 2002, nr 1, s. 39-56.

⁹ L.M. Ward, P. Grower, s. 177-199.

¹⁰ D. Scheller-Boltz, *Ideologia płci w jednojęzycznych słownikach języka polskiego*, „Postscriptum Polonistyczne” 2017, nr 1, s. 165-166.

¹¹ E. Białopiotrowicz, J. Kojkoł, *Stereotypy i uprzedzenia w środowisku studentów Akademii Marynarki Wojennej*, „Zeszyty Naukowe Akademii Marynarki Wojennej” 2010, nr 4, s. 185, 188-189.

Anna Majda i Joanna Zalewska-Puchała w publikacji *Stereotypy uruchamiane w kontaktach międzykulturowych*, jako jeden z bodźców aktywizujących stereotypy wskazują brak wiedzy (niewiedza lub niedostateczna świadomość na temat danej osoby czy grupy osób), wynikający z braku kontaktu lub zainteresowania; jest on uzupełniany uproszczonym przekonaniem. Następny aspekt, wywołujący oraz wzmacniający stereotypy, to dostrzeganie (obserwowanie) różnic między grupami, dotyczących m.in. sfer życia, takich jak: wyznawane normy i wartości, komunikaty niewerbalne oraz werbalne, w tym: wygląd zewnętrzny, sposób wypowiedzi, sposoby radzenia sobie z emocjami, relacje z innymi – najczęściej z rodziną, rówieśnikami, osobami starszymi oraz kontakty, relacje damsko-męskie¹².

Definiując źródła stereotypów i stereotypizacji należy zwrócić szczególną uwagę na indywidualne cechy osób i jednostek, w tym skłonności do częstego posługiwania się uproszczonymi, niedokładnymi i schematycznymi przekonaniami. Przejawiają się one poprzez: spolegliwość, bezrefleksyjność, zaniżoną samoocenę jednostki, konformizm oraz cechy osobowości autorytarnej lub człowieka zamkniętego na postęp, wszystko, co nowe, aktualny stan wiedzy, nauki, odmienne zdanie czy odmienne postrzeganie rzeczywistości¹³.

Istotnym aspektem dyskusji nad tematem stereotypów, w tym przypadku stereotypów dotyczących dzieci, a szczególnie stereotypów związanych z płcią, są konsekwencje (następstwa) procesu stereotypizacji. W przypadku osoby poddawanej procesowi stereotypizacji (stereotypizowanej), nadrzędnym następstwem jest trudność w zaprezentowaniu swojej osoby, czyli siebie, swoich cech indywidualnych, a szczególnie tych „nietypowych” swego „prawdziwego ja” – swojej indywidualności i przełamanie z góry założonego wzorca. Kolejne następstwa, skutki stereotypów względem osoby stereotypizowanej to m.in.: brak obiektywnej oceny, stygmatyzacja (przyklejanie etykiet), utrudniona droga do zdobycia awansu społecznego bądź równej pozycji w społeczeństwie względem innych członków społeczeństwa, obniżone poczucie własnej wartości, brak zaufania do innych jako mechanizm obronny przed stereotypowym postrzeganiem oraz izolacja i unikanie innych. Stereotypizacja jednak to nie tylko negatywne konsekwencje, lecz również te pozytywne, ponieważ stereotypy wzmacniają poczucie tożsamości grupowej (przynależności) oraz umacniają pozytywne stereotypowe umiejętności i cechy (kompetencje)¹⁴.

Clark McKown oraz Rhona S. Weinstein w artykule *The development and consequences of stereotype consciousness in middle childhood* zwracają szczególną uwagę na skutki, jakie może powodować posługiwanie się stereotypami, a jest to niezwykle istotne w przypadku najmłodszych. Zdaniem autorów, w momencie, w którym dzieci stają się świadome społecznej aprobaty (uznania) stereo-

¹² A. Majda, J. Zalewska-Puchała, *Stereotypy uruchamiane w kontaktach międzykulturowych*, „Problemy Pielęgniarstwa” 2013, nr 2, s. 245.

¹³ Tamże.

¹⁴ Tamże.

typów, uzyskują wzorce motywów społecznych innych osób. Natomiast wzorce zakorzenione w człowieku od dzieciństwa i dodatkowo uznawane za słuszne, głęboko oddziałują na relacje z innymi uczestnikami życia społecznego oraz otoczeniem społecznym¹⁵. Świadomość aprobaty (uznania) stereotypów (nazywana dalej świadomością stereotypów), oznacza bezwzględną zmianę w postrzeganiu rzeczywistości społecznej przez dzieci; informacje dotyczące cech stereotypowych są utrwalone już ok. 8 roku życia dziecka¹⁶. Konsekwencje tego stanu rzeczy są zauważalne zwłaszcza w kontekście sytuacji szkolnych. Przykładem są sytuacje, w których dzieci przystępujące np. do testu mogą obawiać się, że ich wyniki będą oceniane przez pryzmat stereotypu odnoszącego się do zdolności intelektualnych. Świadomość funkcjonowania tego stereotypu w społeczeństwie oraz związana z tym presja może być przyczyną utrudnionej wydajności dziecka. Przykład ten potwierdza, że świadomość dzieci na temat istnienia stereotypów odgrywa istotną rolę w tym, w jaki sposób reagują na stereotypy oraz je oceniają¹⁷.

Stereotypy posiadają długotrwały oraz problematyczny charakter i są w głównej mierze nabywane w dzieciństwie. Natomiast zmiany w postrzeganiu stereotypów, ewentualna korekta czy całkowite odejście od nich, mają charakter ewolucyjny, co oznacza, że wymagają one czasu. Zachowania wspierające tego rodzaju zmiany w stereotypowym postrzeganiu rzeczywistości, to np.: świadomość aprobaty stereotypu, powstrzymywanie się od oceny innych – zarówno postępowania, jak i wyglądu, unikanie ogólnikowych, niepełnych stwierdzeń w stosunku do przedstawicieli grup społecznych, poszerzanie stanu wiedzy na tematy zawarte w stereotypach oraz zastępowanie stereotypów nabytą wiedzą, czy autorefleksja (przemyślenia nad własnym zachowaniem i źródłach takiego postępowania)¹⁸.

Metodyka badań

Badania ankietowe to współcześnie jedna z najbardziej powszechnych metod badań społecznych, gdzie do pozyskania informacji od ankietowanych (respondentów) wykorzystywane jest narzędzie znane jako kwestionariusz ankiety. Uzyskane wyniki badań ankietowych mogą stanowić podstawę do potwierdzenia lub obalenia postawionej wcześniej hipotezy, czyli potencjalnej odpowiedzi bądź reakcji na pytanie postawione w problemie badawczym. Ewa Krok w artykule *Budowa kwestionariusza ankietowego a wyniki badań* podaje, że ankiety najczęściej wykorzystywane są do badania opinii publicznej, badań rynku czy badań

¹⁵ C. McKown, R.S. Weinstein, *The development and consequences of stereotype consciousness in middle childhood*, "Child Development" 2003, vol. 2, s. 498-515.

¹⁶ J.M. Garbula, s. 54.

¹⁷ C. McKown, R.S. Weinstein, s. 498-515.

¹⁸ A. Majda, J. Zalewska-Puchała, s. 247.

marketingowych. Wykorzystywane są także jako materiały informacyjne o społeczeństwie lub ekonomii w badaniach naukowych z różnych obszarów¹⁹.

Przeprowadzone na potrzeby artykułu badania ankietowe objęły dwie grupy respondentów. Pierwszą z nich byli rodzice (przedział wiekowy uwzględniony w metryczce badania to osoby od 18 roku życia do 60+). Natomiast druga grupa to uczniowie/studenci nieposiadający dzieci (zastosowane kryterium wiekowe dotyczyło osób 13-28+).

Grupa rodziców została wytypowana dla zidentyfikowania obecności oraz ewentualnego zbadania problemu stereotypizacji płciowej dzieci z kręgu osób, które same je już posiadają i tym samym mają największy wpływ na kształtowanie ich światopoglądu w procesie wychowywania. Jednocześnie same są już najprawdopodobniej po zakończeniu procesu wychowywania przez swoich rodziców. W związku z czym istnieje możliwość, że wzrastali w środowisku obciążonym stereotypami.

Informacje pozyskane od uczniów/studentów miały za zadanie, podobnie jak u rodziców, identyfikację problemu, jednak w gronie osób nieposiadających obecnie dzieci, stanowiących młodsze pokolenie, ale wciąż uczestniczące jeszcze jako podmiot w procesie wychowywania/edukacji. Informacje te zostały zebrane w celu oddzielnej analizy każdej grupy, a następnie porównania oraz identyfikacji ewentualnych zależności.

Kwestionariusz ankiety składa się z 19 pytań skierowanych do uczniów i studentów oraz 20 pytań do rodziców (w tym pytań metryczkowych). Pytania miały charakter otwarty oraz zamknięty. Przykładowe pytania, jakie zostały zadane ankietowanym, dotyczyły wyboru (ich zdaniem) cech „typowych” dla dziewcząt i chłopców oraz selekcji przedmiotów odpowiednich dla konkretnej płci. W tym przypadku osoba udzielająca odpowiedzi nie mogła wybrać spośród zaproponowanych możliwości – odpowiedź musiała zostać wpisana bezpośrednio przez respondenta, co również było zabiegiem celowym. Kolejne pytania dotyczyły m.in. świadomości stereotypów w społeczeństwie, sposobu definiowania stereotypu, ewentualnego wpływu stereotypizacji na dorosłe życie dzieci, a w przypadku rodziców – świadomości posługiwania się stereotypem w trakcie procesu wychowywania dzieci. Jednocześnie została zwrócona uwaga na jak najprostszy sposób formułowania pytań, przystępne (zrozumiałe) słownictwo oraz zróżnicowany i prosty sposób udzielania odpowiedzi, aby nie zniechęcić respondentów.

Czas trwania badania, efekty i cel

Badanie sondażowe trwało miesiąc i zostało przeprowadzone między 17 maja a 18 czerwca 2022 roku, wyłącznie w formie elektronicznej oraz rozpowszechnione za pośrednictwem komunikatorów społecznościowych (grupy społecznościowe przeznaczone dla uczniów/studentów oraz rodziców) jak rów-

¹⁹ Zob. E. Krok, *Budowa kwestionariusza ankietowego a wyniki badań*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia Informatica” 2015, nr 37, s. 55-73.

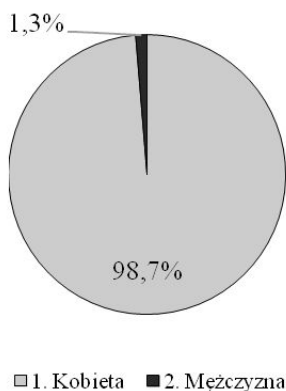
niez próby nielosowej (rozpowszechnianie kwestionariusza ankiety poprzez rekomendacje respondentów – tzw. metoda kuli śnieżnej). Podczas miesięcznego badania udało się uzyskać łącznie 1373 odpowiedzi, w tym 1056 wypełnionych kwestionariuszy przez rodziców oraz 317 przez uczniów i studentów.

Celem było zbadanie występowania stereotypów płciowych dotyczących dzieci, oraz poczucia procesu stereotypizacji w świadomości dwóch zróżnicowanych grup badawczych – rodziców oraz uczniów/studentów. Zbadano również zależności między skłonnościami do stereotypizacji między ankietowanymi grupami.

Metryczka – ankieta skierowana do rodziców – analiza wyników badania

Kobiety znacznie częściej brały udział w przeprowadzanym badaniu. Matki stanowiły 98,7% grupy badawczej rodziców. Ojcowie to jedynie 1,3% ankietowanych (zob. wykr. 1).

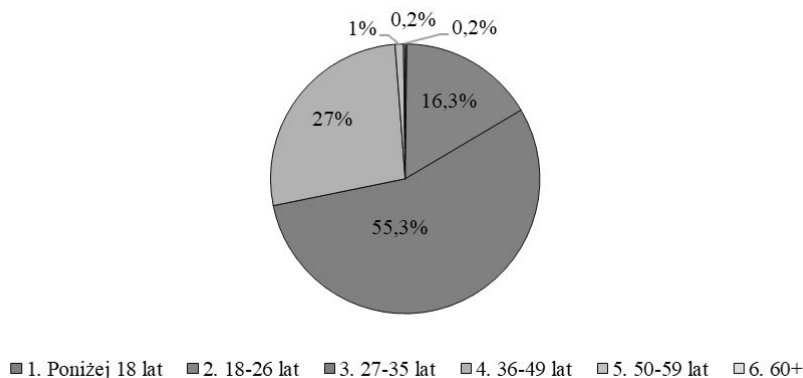
Wykres 1. Rodzice zróżnicowanie demograficzne – płeć



Źródło: Opracowanie własne.

Pod względem wiekowym uczestnicy badania (rodzice) zostali podzieleni na 6 grup: osoby poniżej 18 roku życia, 18-26 lat, 27-35 lat, 36-49 lat, 50-59 lat, 60+. Najbardziej liczebna grupa to rodzice między 27-35 rokiem życia (584 osoby, co stanowi 55,3% badanych). Natomiast dwie najmniej liczebne grupy to rodzice w przedziale wiekowym 50-59 lat (11 osób, co stanowi 1% grupy) oraz rodzice 60+ (2 osoby – 0,2% całej grupy rodziców, biorących udział w ankiecie) (zob. wykr. 2).

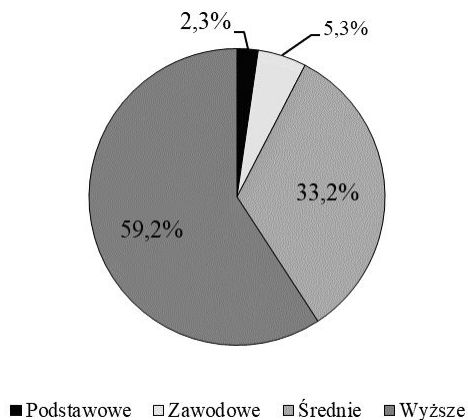
Wykres 2. Rodzice zróżnicowanie demograficzne – wiek



Źródło: Opracowanie własne.

Biorąc pod uwagę kryterium wykształcenia, w grupie rodziców największa liczba osób zadeklarowała wykształcenie wyższe (625 osób, co stanowi 59,2% badanych), natomiast najmniejsza liczba osób posiadała wykształcenie podstawowe – 2,3%, czyli 24 osoby (zob. wyk. 3).

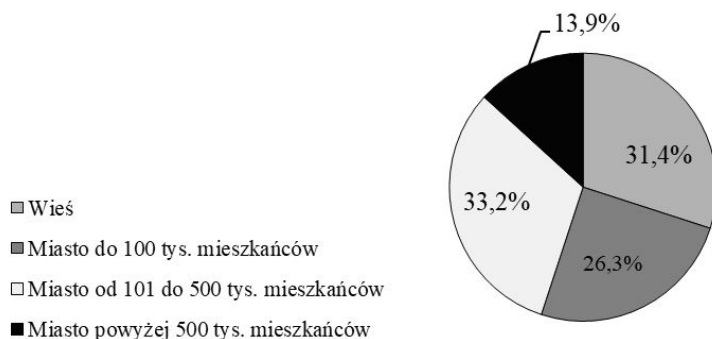
Wykres 3. Rodzice zróżnicowanie demograficzne – wykształcenie



Źródło: Opracowanie własne.

Pod względem miejsca zamieszkania wyniki rozłożyły się dość równomiernie – jednak najbardziej liczebna grupa, to osoby zamieszkujące miasta z liczbą mieszkańców między 101 a 500 tysięcy. Najmniej liczebna grupa, to osoby zamieszkujące miasta liczące powyżej 500 tysięcy mieszkańców (147 osób, czyli 13,9% ogółu badanej grupy) (zob. wyk. 4).

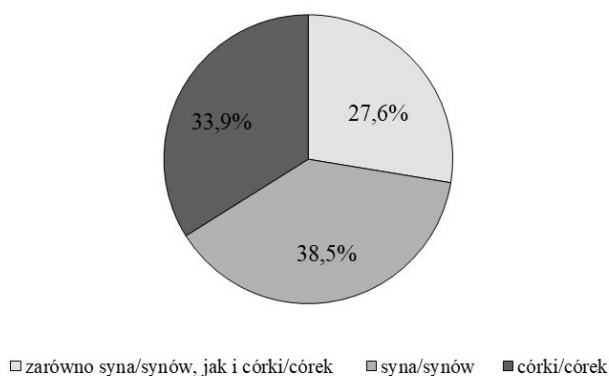
Wykres 4. Rodzice zróżnicowanie demograficzne – miejsce zamieszkania



Źródło: Opracowanie własne.

Rodzice syna lub synów to największa grupa ankietowanych – 38,5% osób biorących udział w badaniu. Respondenci będący rodzicami córki lub córek stanowili 33,9% ankietowanych. Natomiast najmniej liczna grupa to rodzice zarówno syna/synów, jak i córki lub córek – stanowili oni 27,6% ankietowanych (zob. wykres 5).

Wykres 5. Jest Pani/Pan rodzicem?



Źródło: Opracowanie własne.

Ankieta skierowana do rodziców – analiza wyników badania

Pytanie: z którym stwierdzeniem/stwierdzeniami się Pani/Pan zgadza?
Wyniki badań prezentują się następująco:

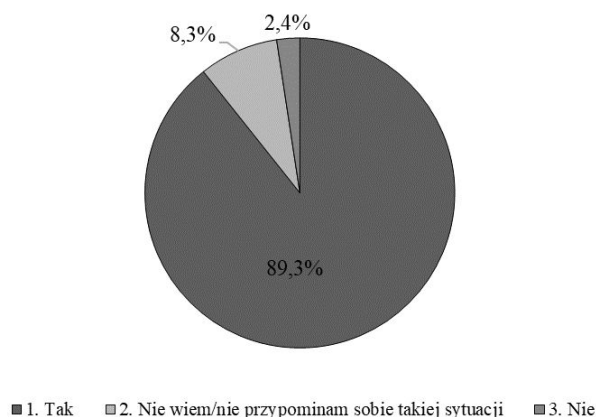
1. Kolor różowy jest bardziej odpowiedni dla dziewczynki, a niebieski dla chłopca – 383 osoby (36,3%).

2. Chłopiec powinien być odważny i niezależny – 159 osób (15,1%).
3. Dziewczynka zazwyczaj jest posłuszna i potulna. Grzecznie wykonuje polecane zadania – 40 osób (3,8%).
4. Chłopcy są bardziej pewni siebie – 74 osoby (7%).
5. Dziewczeta są bardziej emocjonalne niż chłopcy – 243 osoby (23%).
6. Chłopiec częściej okazuje złość, dziewczynka smutek – 103 osoby (9,8%).
7. Opiekuńczość to cecha, którą powinna posiadać dziewczynka – 97 osób (9,2%).
8. Chłopiec zazwyczaj jest hałaśliwy, głośny, robi wokół siebie harmider, częściej krzyczy – 104 osoby (9,9%).
9. Chłopcy częściej stawiają na swoim. Dziewczeta są bardziej uległe – 62 osoby (5,9%).
10. Dziewczeta rzadko mówią o swoich sukcesach, chłopcy lubią chwalić się swoimi osiągnięciami – 88 osób (8,3%).
11. Chłopcy lepiej radzą sobie z zadaniami matematycznymi, logicznymi – 67 osób (6,4%).
12. Dziewczynka zazwyczaj jest bardziej grymaśna i wybredna – 129 osób (12,2%).
13. Dziewczeta są znacznie bardziej gadatliwe – 211 osób (20%).
14. Chłopcy są bardziej uczuciowi, niż dziewczynki – 66 osób (6,3%).
15. Dziewczeta cechuje większa niezależność, samodzielność – 160 osób (15,2%).
16. Dziewczeta lepiej sprawdzają się w rolach przywódczych – 83 osoby (7,9%).
17. Chłopcy są bardziej opiekuńczy, troskliwi i kochający – 42 osoby (4%).
18. Żadne z powyższych – 368 osób (34,9%).

Wnioski

Największa liczba ankietowanych stwierdziła, że kolor różowy jest bardziej odpowiedni dla dziewczynki, a niebieski dla chłopca. Było to odpowiednio 36,3% badanych (383 osoby). Druga co do wielkości liczba ankietowanych stwierdziła, że nie zgadza się z żadnym z powyższych stwierdzeń. Było to odpowiednio 34,9% badanych (368 osób). Kolejna istotna grupa respondentów zgodziła się ze stwierdzeniem, że dziewczeta są bardziej emocjonalne niż chłopcy – 243 osoby (23%). Następnie 20% (211 rodziców) zgodziło się, że dziewczeta są znacznie bardziej gadatliwe. Kolejne stwierdzenie, z którym zgodziła się największa liczba badanych, dotyczyło dziewcząt i tego, że cechuje je większa samodzielność i niezależność. Z tą opinią zgodziło się 15,2% ankietowanych, czyli 160 osób. Dziewczynka zazwyczaj jest bardziej grymaśna i wybredna – z tym stwierdzeniem zgodziło się 12,2% ankietowanych osób (129). Jedynie 4% (42 osoby) ankietowanych rodziców zgodziło się ze stwierdzeniem, że chłopcy są bardziej opiekuńczy, troskliwi i kochający.

Wykres 6. Czy według Pani/Pana stereotypy płciowe dotyczące dzieci funkcjonują w społeczeństwie?



Źródło: Opracowanie własne.

Jak wykazały badania, 89,3% ankietowanych rodziców było zdania, że stereotypy płciowe funkcjonują w społeczeństwie, 8,3% badanych rodziców nie miało zdania na ten temat, a 2,4% stwierdziło, że stereotypy płciowe nie funkcjonują w społeczeństwie (zob. wyk. 6).

Tabela 1. Rodzice – czym jest stereotyp płciowy? Przekonanie o wyższości jednej płci nad drugą

Pytanie	Przekonanie o wyższości jednej płci nad drugą									
%	24,9	4,1	4,3	2,6	9,3	7	8,8	12,8	7,5	18,6
Skala (1-10)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Źródło: Opracowanie własne.

24,9% respondentów w grupie rodziców było zdania, że stereotyp płciowy nie jest przekonaniem o wyższości jednej płci nad drugą, a tylko 2,6% było przeciwnego zdania (zob. tab. 1).

Tabela 2. Rodzice – czym jest stereotyp płciowy? Generalizowanie zachowań danej płci

Pytanie	Generalizowanie zachowań danej płci									
%	13,7	2,8	2,8	1,7	9,1	6,3	5,4	12,9	12,7	32,6
Skala (1-10)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Źródło: Opracowanie własne.

32,6% respondentów (rodziców) oceniło, że jednoznacznie zgadza się ze stwierdzeniem, że stereotyp płciowy jest generalizowaniem zachowań danej płci (zob. tab. 2).

Tabela 3. Rodzice – czym jest stereotyp płciowy? Schematy zachowań danej płci przekazywane z pokolenia na pokolenie

Pytanie	Schematy zachowań danej płci przekazywane z pokolenia na pokolenie									
%	8,8	1,7	2,9	2,6	7,8	6,1	6,7	16,7	14,6	32,2
Skala (1-10)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Źródło: Opracowanie własne.

Wielu respondentów zgodziło się ze stwierdzeniem, że stereotypy płciowe są schematami zachowań danej płci, przekazywanymi z pokolenia na pokolenie. Z tym całkowicie zgodziło się 32,2% badanych rodziców (zob. tab. 3).

Tabela 4. Rodzice – czym jest stereotyp płciowy? Przekonanie o tym, że to, co charakteryzuje chłopców, nie dotyczy dziewcząt (i na odwrót)

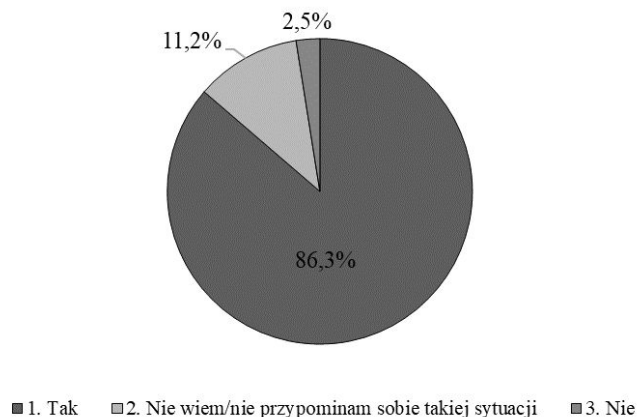
Pytanie	Przekonanie o tym, że to, co charakteryzuje chłopców, nie dotyczy dziewcząt (i na odwrót)									
%	15,4	3,6	3,7	3,6	9,5	6,7	8,1	10,6	12,1	26,7
Skala (1-10)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Źródło: Opracowanie własne.

Natomiast 26,7% ankietowanych oceniło, że całkowicie zgadza się ze stwierdzeniem, że to, co charakteryzuje jedną płć, nie dotyczy drugiej (zob. tab. 4).

86,3% ankietowanych rodziców uznało, że spotkało się ze stereotypami płciowymi. 11,2% było zdania, że nie wie, lub nie przypomina sobie takiej sytuacji, a jedynie 2,5% stwierdziło, że nie spotkało się z tego rodzaju stereotypami (zob. wyk. 7).

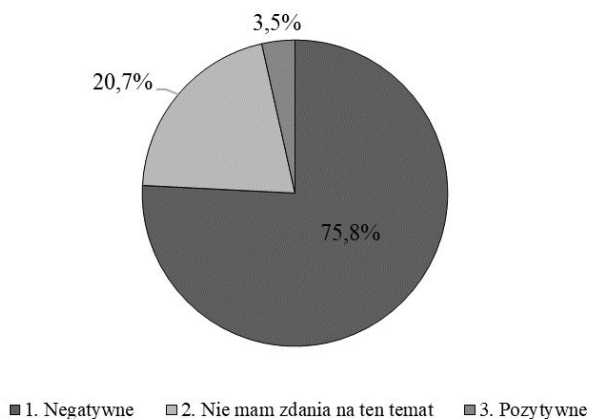
Wykres 7. Czy spotkał się Pan/spotkała się Pani kiedyś ze stereotypami płciowymi dotyczącymi dzieci?



Źródło: Opracowanie własne.

75,8% ankietowanych rodziców odpowiedziało, że zjawisko stereotypizacji jest negatywne, 20,7% zadeklarowało, że nie ma zdania na ten temat, a 3,5% uznało to zjawisko za pozytywne (zob. wykr. 8).

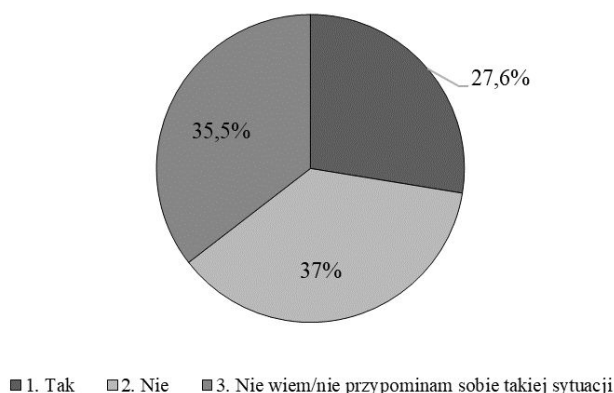
Wykres 8. Rodzice – według Pani/Pana jest to zjawisko negatywne czy pozytywne?



Źródło: Opracowanie własne.

Na pytanie, Czy zdarzyło się Pani/Panu w trakcie wychowywania dzieci posługiwać stereotypami? odpowiedzi twierdzącej udzieliło 27,6% ankietowanych. 37% było zdania, że nie, a 35% nie wiedziało, lub nie potrafiło sobie przypomnieć takiej sytuacji (zob. wykr. 9).

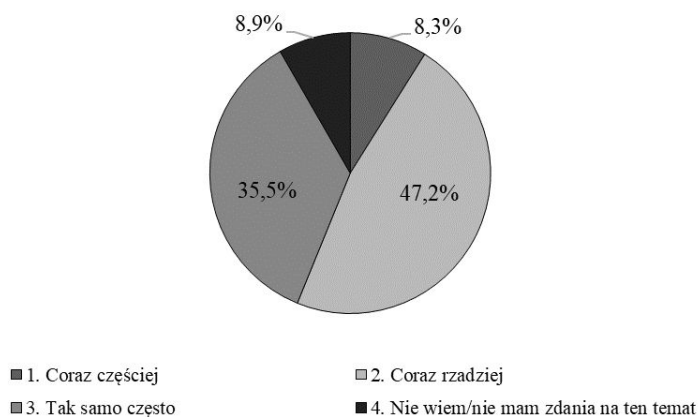
Wykres 9. Czy zdarzyło się Pani/Panu w trakcie wychowywania dzieci posługiwać stereotypami?



Źródło: Opracowanie własne.

Najwięcej ankietowanych rodziców stwierdziło, że stereotypy płciowe dotyczące dzieci są powielane coraz rzadziej. Przyznało to 47,2% badanych, 35,5% było zdania, że są one powielane tak samo często jak kiedyś, a 8,9% stwierdziło, że zdarza się to coraz częściej. 8,3% badanych nie wiedziało lub nie miało zdania w tej kwestii (zob. wyk. 10).

Wykres 10. Rodzice – jak często według Pani/Pana powielane są stereotypy płciowe?

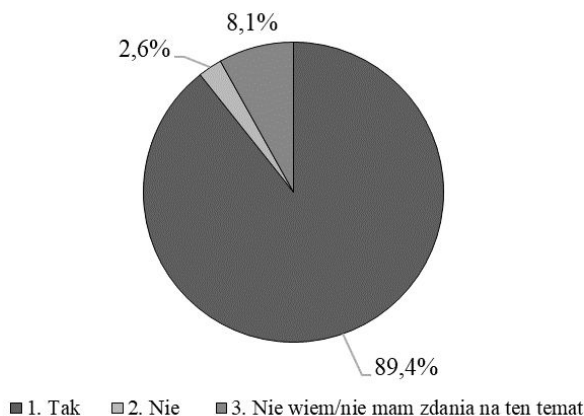


Źródło: Opracowanie własne.

Według 89,4% ankietowanych osób, stereotypy płciowe mogą wpływać na dorosłe życie. 2,5% rodziców było zdania, że stereotypy płciowe dotyczące dzie-

ci nie wpływają na dorosłe życie człowieka, a 8,1% nie wiedziało lub nie miało zdania na ten temat (zob. wyk. 11).

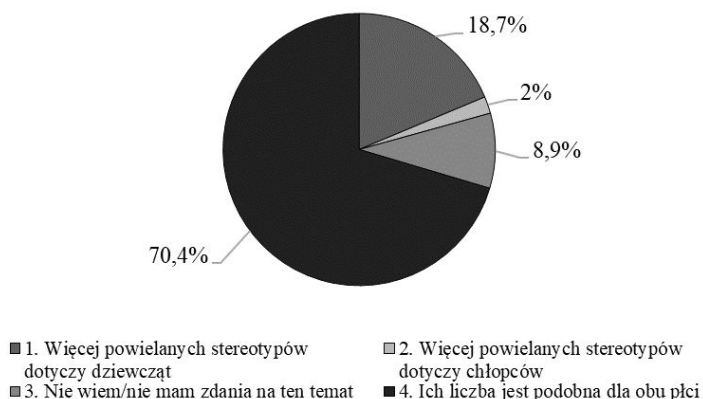
Wykres 11. Rodzice – czy stereotypy płciowe dotyczące dzieci mogą wpływać na ich dorosłe życie?



Źródło: Opracowanie własne.

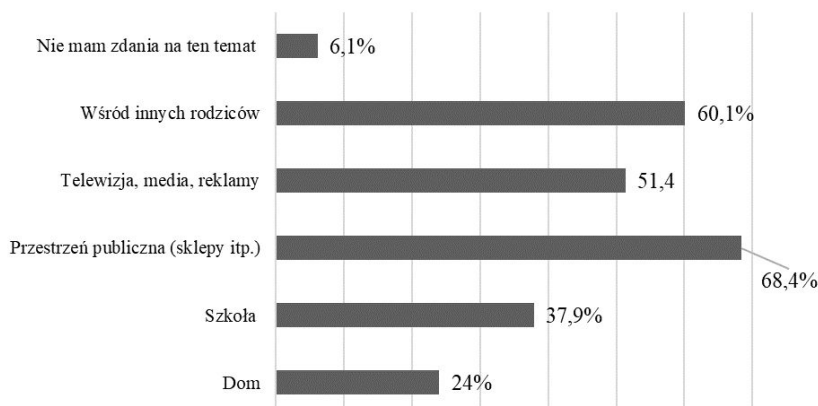
Według zdecydowanej większości rodziców liczba powielanych stereotypów jest podobna dla obu płci. Stwierdziło tak 70,4% ankietowanych. 18,7% było zdania, że jest ich więcej w stosunku do dziewcząt, a zaledwie 2% rodziców uznało, że więcej powielanych stereotypów dotyczy chłopców. 8,9% ankietowanych nie miało zdania na ten temat (zob. wyk. 12).

Wykres 12. Rodzice – liczba powielanych stereotypów



Źródło: Opracowanie własne.

Wykres 13. Rodzice – gdzie najczęściej spotykają się ze stereotypami płciowymi dotyczącymi dzieci?

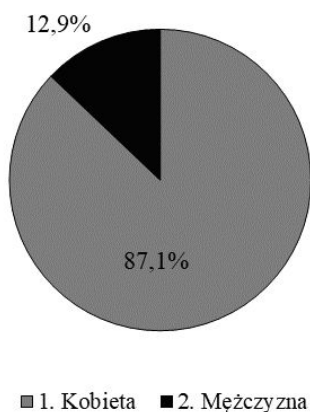


Źródło: Opracowanie własne.

Z odpowiedzi rodziców wynika, że najczęściej ze stereotypami płciowymi spotykają się w przestrzeni publicznej, np. w sklepach. Zgodziło się z tym 68,4% respondentów. Kolejnym źródłem największej liczby stereotypów płciowych są inni rodzice – uznało tak 60,1% respondentów. Ponad 50% rodziców spotyka się ze stereotypami płciowymi dotyczącymi dzieci w telewizji. Jako miejsce z najmniejszą skłonnością do stereotypizacji płciowej dzieci rodzice wskazują dom – 24% ankietowanych (zob. wyk. 13).

Metryczka – ankieta skierowana do uczniów/studentów nieposiadających dzieci – analiza wyników badania

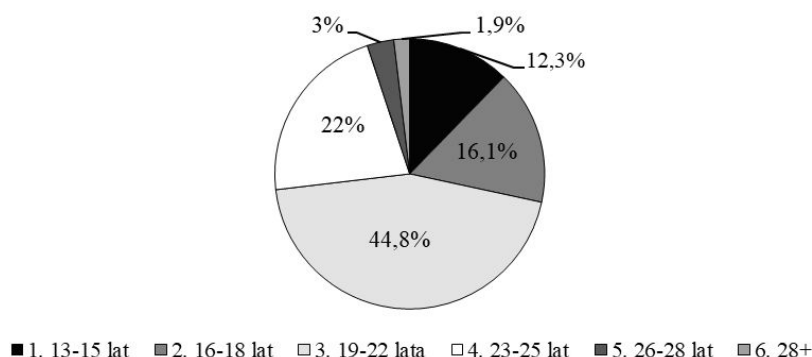
Wykres 14. Uczniowie/studenci – zróżnicowanie demograficzne (płeć)



Źródło: Opracowanie własne.

W badaniu skierowanym do uczniów oraz studentów nieposiadających dzieci łącznie wzięło udział 317 ankietowanych. Wśród nich było 276 kobiet, co stanowi 87,1% całej grupy oraz 41 mężczyzn (12,9%) (zob. wyk. 14).

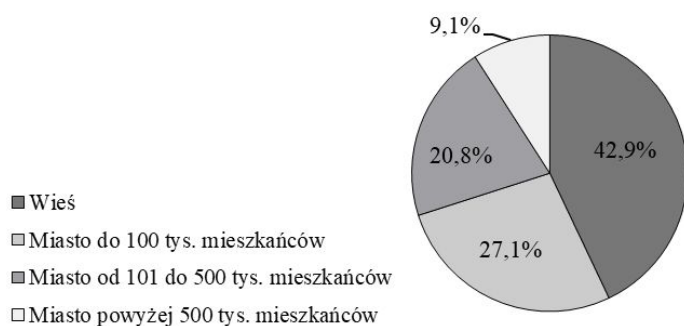
Wykres 15. Uczniowie/studenci – zróżnicowanie demograficzne (wiek)



Źródło: Opracowanie własne.

Pod względem wiekowym uczestnicy badania (uczniowie/studenci) zostali podzieleni również na 6 grup: osoby między 13 a 15 rokiem życia, 16-18 lat, 19-22 lata, 23-25 lat, 26-28 lat i 28+. Najbardziej liczebna grupa to uczniowie/studenci w przedziale wiekowym 19-22 lata (44,8% grupy, co stanowi 142 osoby). Natomiast dwie najmniej liczebne grupy respondentów to uczniowie/studenci w przedziale wiekowym 26-28 lat (69 osób – 3,2% grupy) oraz osoby z przedziału wiekowego 28+ (6 osób – 1,9% całej grupy uczniów/studentów) (zob. wyk. 15).

Wykres 16. Uczniowie/studenci – zróżnicowanie demograficzne (miejsce zamieszkania)



Źródło: Opracowanie własne.

Pod względem miejsca zamieszkania najbardziej liczebna grupa badanych studentów to osoby zamieszkujące wsie – 136 ankietowanych osób (42,9%). Najmniej liczebna grupa to osoby zamieszkujące miasta liczące powyżej 500 tysięcy mieszkańców (29 osób, co stanowi 9,1% grupy) (zob. wyk. 16).

Ankieta skierowana do uczniów/studentów nieposiadających dzieci – analiza wyników badania

Pytanie: z którym stwierdzeniem/stwierdzeniami się Pani/Pan zgadza? Wyniki badań prezentują się następująco:

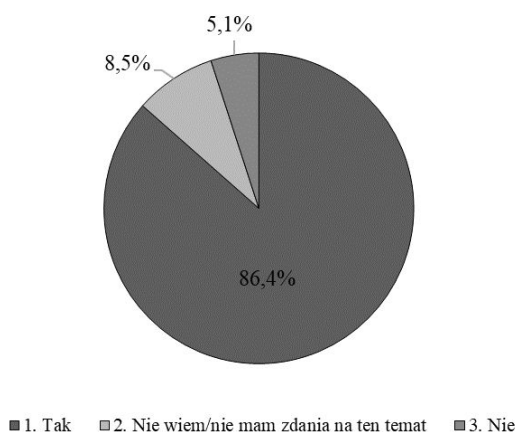
1. Kolor różowy jest bardziej odpowiedni dla dziewczynki, a niebieski dla chłopca – 52 osoby (16,5%).
2. Chłopiec powinien być odważny i niezależny – 33 osoby (10,4%).
3. Dziewczynka zazwyczaj jest posłuszna i potulna. Grzecznie wykonuje polecane zadania – 16 osób (5,1%).
4. Chłopcy są bardziej pewni siebie – 49 osób (15,5%).
5. Dziewczeta są bardziej emocjonalne niż chłopcy – 117 osób (37%).
6. Chłopiec częściej okazuje złość, a dziewczynka smutek – 57 osób (18%).
7. Opiekuńczość to cecha, którą powinna posiadać dziewczynka – 35 osób (11,1%).
8. Chłopiec zazwyczaj jest hałaśliwy, głośny, robi wokół siebie harmider, częściej krzyczy – 48 osób (15,2%).
9. Chłopcy częściej stawiają na swoim, a dziewczeta są bardziej uległe – 41 osób (13%).
10. Dziewczeta rzadko mówią o swoich sukcesach, a chłopcy lubią chwalić się swoimi osiągnięciami – 61 osób (19,3%).
11. Chłopcy lepiej radzą sobie z zadaniami matematycznymi, logicznymi – 28 osób (8,9%).
12. Dziewczynka zazwyczaj jest bardziej grymaśna i wybredna – 40 osób (12,7%).
13. Dziewczeta są znacznie bardziej gadatliwe – 60 osób (19%).
14. Chłopcy są bardziej uczuciowi, niż dziewczeta – 13 osób (4,1%).
15. Dziewczeta cechuje większa niezależność i samodzielność – 61 osób (19,3%).
16. Dziewczeta lepiej sprawdzają się w rolach przywódczych – 33 osoby (10,4%).
17. Chłopcy są bardziej opiekuńczy, troskliwi, kochający – 13 osób (4,1%).
18. Żadne z powyższych – 111 osób (35,1%).

Wnioski

Największa liczba ankietowanych stwierdziła, że nie zgadza się z żadnym z powyższych stwierdzeń. Było to 35,1% badanych (111 osób). Największa liczba osób zgodziła się, że dziewczeta są bardziej emocjonalne od chłopców. Uzna-

ło tak 37% ankietowanych, czyli 117 uczniów/studentów biorących udział w ankiecie. Kolejne stwierdzenie, z którym zgodziła się największa liczba badanych, dotyczyło dziewcząt i tego, że cechuje je większa samodzielność, niezależność oraz że rzadko mówią o swoich sukcesach w przeciwieństwie do chłopców, którzy lubią chwalić się osiągnięciami. Z tymi opiniami zgodziło się 19,3% ankietowanych, czyli 61 osób. Według respondentów dziewczynka zazwyczaj bywa bardziej grymaśna i wybredna i z tym stwierdzeniem zgodziło się 12,7% ankietowanych osób (40). Na pytanie, czy chłopcy są bardziej opiekuńczy, troskliwi, kochający – twierdząco odpowiedziało 4,1% ankietowanych uczniów/studentów (13 osób).

Wykres 17. Uczniowie/studenci – czy stereotypy płciowe funkcjonują w społeczeństwie?



Źródło: Opracowanie własne.

Z badań wynika, że 86,4% ankietowanych uczniów/studentów w chwili wypełniania ankiety było zdania, że stereotypy płciowe funkcjonują w społeczeństwie. 8,5% badanych uczniów/studentów nie miało zdania na ten temat, a 5,1% stwierdziło, że stereotypy płciowe nie funkcjonują w społeczeństwie (zob. wykr. 17).

Tabela 5. Uczniowie/studenci – czym jest stereotyp płciowy? Przekonanie o wyższości jednej płci nad drugą

Pytanie	Przekonanie o wyższości jednej płci nad drugą									
%	21,9	4,4	3,8	4,1	7,6	6,3	10,2	14	9,5	18,1
Skala (1-10)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Źródło: Opracowanie własne.

Stereotyp płciowy nie jest przekonaniem o wyższości jednej płci nad drugą – tak stwierdziło 21,9% badanych uczniów/studentów. Kolejną, co do wielkości grupa ankietowanych (18,1%) w pełni zgodziła się, że stereotyp płciowy to przekonanie o wyższości jednej płci nad drugą (zob. tab. 5).

Tabela 6. Uczniowie/studenci – czym jest stereotyp płciowy? Generalizowanie zachowań danej płci

Pytanie	Generalizowanie zachowań danej płci									
%	12,5	3,8	2,9	5,1	7	3,5	5,4	11,5	10,5	37,7
Skala (1-10)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Źródło: Opracowania własne.

Najwięcej badanych osób (37,7%) w grupie uczniów/studentów było w pełni przekonanych, że stereotyp płciowy to generalizowanie zachowań danej płci, a 2,9% było przeciwnego zdania (zob. tab. 6).

Tabela 7. Uczniowie/studenci – czym jest stereotyp płciowy? Schematy zachowań danej płci przekazywane z pokolenia na pokolenie

Pytanie	Schematy zachowań danej płci przekazywane z pokolenia na pokolenie									
%	7,3	3,2	4,1	5,7	9,8	4,4	10,8	14,2	12,3	28,2
Skala (1-10)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Źródło: Opracowanie własne.

Największa zgodność respondentów była co do stwierdzenia, że stereotypy płciowe stanowią schematy zachowań danej płci i są przekazywane z pokolenia na pokolenie. Z taką opinią całkowicie zgodziło się 28,2% badanych uczniów/studentów (zob. tab. 7).

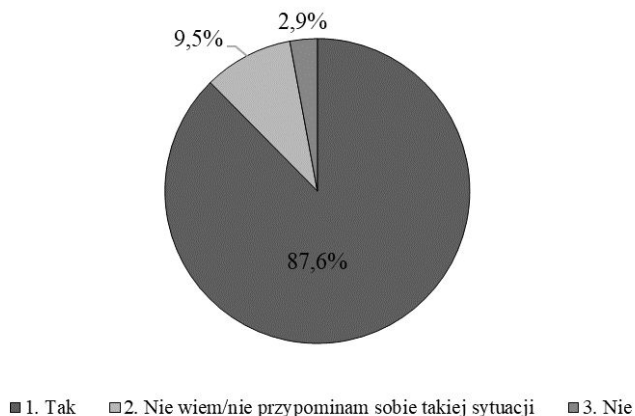
Tabela 8. Uczniowie/studenci – czym jest stereotyp płciowy? Przekonanie o tym, że to, co charakteryzuje chłopców, nie dotyczy dziewcząt (i na odwrót)

Pytanie	Przekonanie o tym, że to, co charakteryzuje chłopców, nie dotyczy dziewcząt (i na odwrót)									
%	15,2	7	3,2	3,8	7	5,7	5,1	9,5	15,5	28,2
Skala (1-10)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Źródło: Opracowanie własne.

Najwięcej badanych osób (28,2%) w pełni zgadzało się z poglądem, że stereotyp płciowy to przekonanie, że to, co charakteryzuje jedną płć, nie dotyczy drugiej. Kolejna co do wielkości grupa ankietowanych uczniów/studentów (15,5%) zgodziła się z tym stwierdzeniem w 90% (zob. tab. 8).

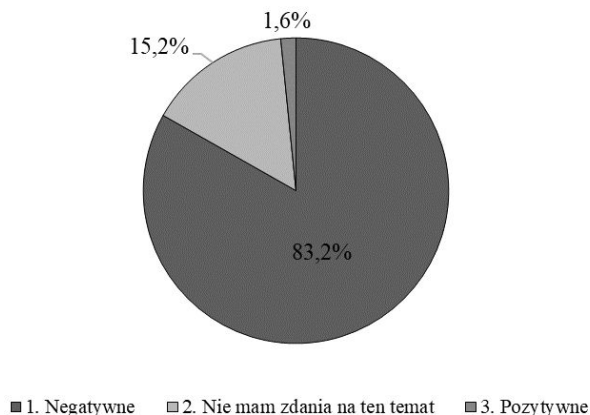
Wykres 18. Uczniowie/studenti – czy spotkał się pan/pani ze stereotypami płciowymi dotyczącymi dzieci



Źródło: Opracowanie własne.

87,6% ankietowanych uczniów/studentów przyznało, że spotkało się ze stereotypami płciowymi. 9,5% było zdania, że nie wie lub nie przypomina sobie takiej sytuacji, a jedynie 2,9% respondentów w tej grupie stwierdziło, że nie spotkało się z tego typu stereotypami (zob. wyk. 18).

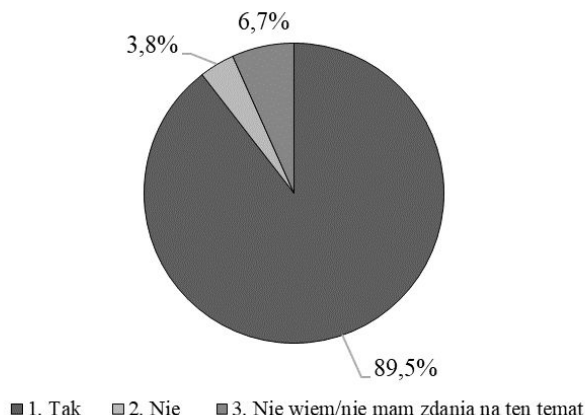
Wykres 19. Uczniowie/studenti – stereotypy płciowe. Jest to zjawisko pozytywne czy negatywne?



Źródło: Opracowanie własne.

83,2% ankietowanych uczniów/studentów było zdania, że zjawisko stereotypizacji jest negatywne. 15,2% badanych zadeklarowało, że nie ma zdania na ten temat. Natomiast 1,6% osób uczących się lub studiujących uznało to zjawisko za pozytywne (zob. wyk. 19).

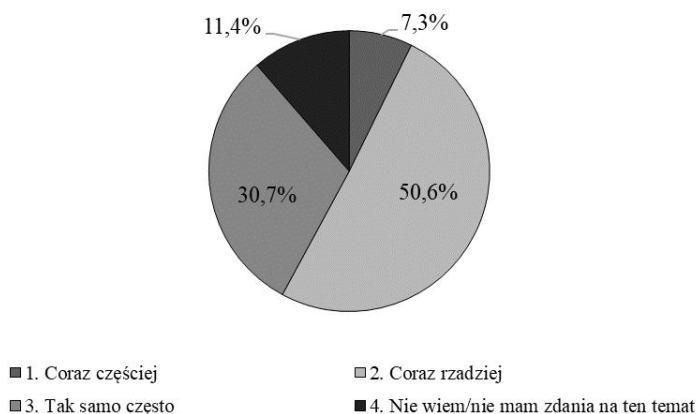
Wykres 20. Uczniowie/studenti – stereotypy płciowe czy mogą wpływać na dorosłe życie?



Źródło: Opracowanie własne.

Według 89,5% ankietowanych uczniów/studentów stereotypy płciowe mogą wpływać na dorosłe życie. 3,8% uczniów/studentów było zdania, że stereotypy płciowe dotyczące dzieci nie mogą wpływać na dorosłe życie, a 6,7% osób uczących się bądź studiujących nie wiedziało lub nie miało zdania na ten temat (zob. wyk. 20).

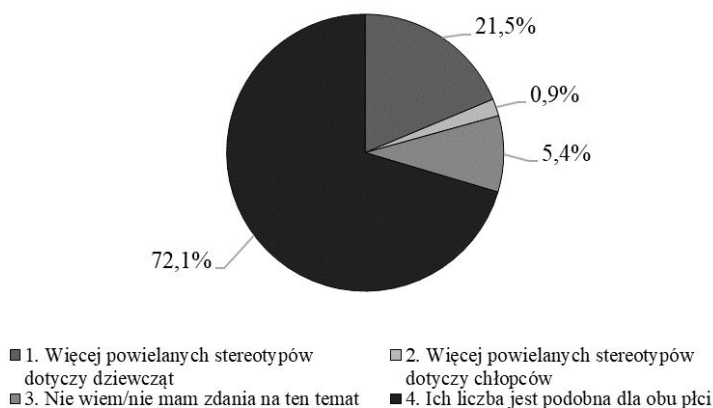
Wykres 21. Uczniowie/studenti – jak często powielane są stereotypy płciowe?



Źródło: Opracowanie własne.

Największy procent ankietowanych uczniów/studentów był zdania, że stereotypy płciowe dotyczące dzieci są powielane coraz rzadziej. Przyznało to 50,6% badanych. 30,7% respondentów było zdania, że są one powielane tak samo często. 7,3% stwierdziło, że zdarza się to coraz częściej, a 11,4% badanych nie wiedziało lub nie miało zdania w tej kwestii (zob. wyk. 21).

Wykres 22. Uczniowie/studenci – więcej stereotypów płciowych dotyczy dziewcząt czy chłopców?

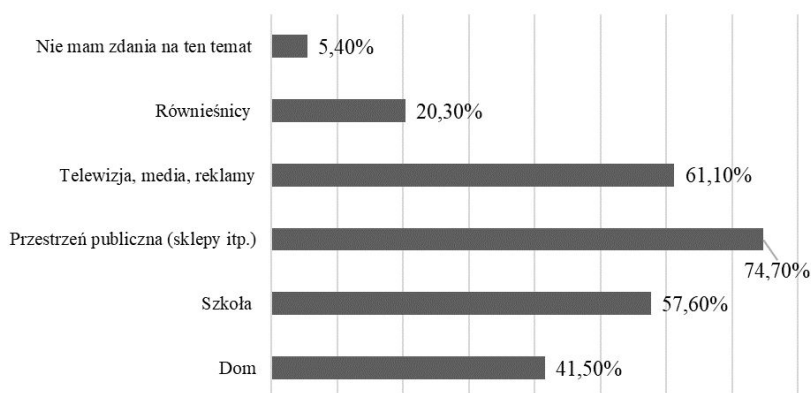


Źródło: Opracowanie własne.

Według zdecydowanej większości uczniów/studentów liczba powielanych stereotypów jest podobna dla obu płci. Stwierdziło tak 72,1% ankietowanych. 21,5% było zdania, że jest ich więcej w stosunku do dziewcząt, a niespełna 1% uczniów przyznało, że więcej powielanych stereotypów dotyczy chłopców. 5,4% ankietowanych nie miało zdania na ten temat (zob. wyk. 22).

Uczniowie/studenci najczęściej ze stereotypami płciowymi spotykają się w przestrzeni publicznej, w sklepach itp. miejscach. Zgodziło się z tym 74,7% badanych osób. Kolejnym źródłem największej liczby stereotypów płciowych jest dla nich telewizja, radio oraz reklamy – uznało tak 61,1% uczniów/studentów. 57,6% uczniów i studentów spotyka się ze stereotypami płciowymi dotyczącymi dzieci w szkołach oraz na uczelniach. Jako miejsce z najmniejszą skłonnością do stereotypizacji płciowej dzieci, uczniowie oraz studenci wskazali na kontakty rówieśnicze (20,3%) (zob. wyk. 23).

Wykres 23. Uczniowie/studenti – gdzie najczęściej spotykają się ze stereotypami płciowymi dotyczącymi dzieci?



Źródło: Opracowanie własne.

Ankieta skierowana do rodziców oraz ankieta skierowana do uczniów/studentów nieposiadających dzieci – analiza porównawcza wyników badania i wnioski

Zarówno w grupie rodziców, jak i uczniów/studentów nieposiadających dzieci, w zdecydowanej większości odpowiedzi udzielały kobiety. W grupie rodziców było to 98,7% odpowiedzi matek, natomiast uczennice i studentki stanowiły 87,1% osób udzielających odpowiedzi. Mężczyźni znacznie rzadziej decydowali się wziąć udział w tym badaniu. W grupie rodziców – ojcowie to zaledwie 1,3% osób, które udzieliły odpowiedzi (14 osób). W badaniu skierowanym do uczniów oraz studentów, odpowiedzi od mężczyzn to 12,9% wszystkich wyników (41 ankietowanych).

Zarówno w ankiecie skierowanej do rodziców, jak i do uczniów/studentów największą część badanych stanowili mieszkańcy wsi. Najmniejszy procent respondentów dotyczył osób zamieszkujących miasta powyżej 500 tys. mieszkańców.

Rodzice są znacznie bardziej stereotypowi, jeśli chodzi o kolory przypisane do konkretnej płci. 36,3% uważa, że kolor różowy jest bardziej odpowiedni dla dziewcząt, a niebieski dla chłopców. Uczniowie/studenti znacznie częściej uważają, że chłopcy są bardziej pewni siebie, dziewczęta rzadko mówią o swoich sukcesach, a chłopcy lubią chwalić się swoimi osiągnięciami. Niemal 20% uczniów/studentów oraz 8% rodziców też się z tym zgadza. Zarówno według uczniów/studentów, jak i rodziców, stereotypy płciowe dotyczące dzieci w dalszym ciągu funkcjonują w społeczeństwie. Potwierdziło to niemal 90% z obu

grup badawczych. Ponad 8% ankietowanych w każdej grupie przyznało, że nie ma zdania na powyższy temat.

Zarówno większość uczniów/studentów, jak i rodziców nie zgadza się ze stwierdzeniem, że stereotyp jest przekonaniem o wyższości jednej płci nad drugą. Uważa tak 21,9% rodziców oraz 24,9% uczniów/studentów. Natomiast kolejna co do wielkości grupa ankietowanych to osoby, które uważają, że stereotyp to przekonanie o wyższości jednej płci nad drugą. Było to odpowiednio 18,1% uczniów/studentów oraz 18,6% rodziców. Zarówno większość uczniów/studentów, jak i rodziców zgadza się ze stwierdzeniem, że stereotypy to generalizowanie zachowań danej płci. Całkowicie zgadza się z tym 37,7% uczniów/studentów oraz 32,6% rodziców.

Zarówno większość uczniów/studentów, jak i rodziców zgadza się ze stwierdzeniem, że stereotypy to schematy przekazywane z pokolenia na pokolenie. Całkowicie zgadza się z tym 28,2% uczniów/studentów oraz 32,2% rodziców. Zarówno większość uczniów/studentów, jak i rodziców zgadza się z poglądem, że stereotyp jest przekonaniem, że to, co charakteryzuje dziewczynki, nie dotyczy chłopców i na odwrót. Twierdzi tak 28,2% uczniów/studentów oraz 26,7% rodziców. 82% ankietowanych rodziców oraz 88% uczniów i studentów spotkało się ze stereotypami płciowymi dotyczącymi dzieci. Zdaniem 75,8% rodziców oraz 83,2% przebadanych uczniów/studentów, zjawisko stereotypizacji jest negatywne. 20,7% rodziców oraz 15,2% ankietowanych uczniów i studentów nie ma zdania na ten temat. Zarówno w opinii uczniów/studentów, jak i rodziców, stereotypy płciowe dotyczące dzieci zdecydowanie mogą wpływać na późniejsze, dorosłe życie, co dostrzega odpowiednio 89,4% oraz 89,5% ankietowanych.

Jeśli chodzi o częstotliwość powielania stereotypów płciowych dotyczących dzieci – obydwie grupy badawcze w tej kwestii są zgodne, a różnice procentowe są niewielkie. 47,2% (rodzice) oraz 50,6% ankietowanych (studenci) uważa, że stereotypy, o których mowa, są powielane coraz rzadziej. 35,5% (rodzice) oraz 30,7% (studenci), że tak samo często. 11,4% (studenci) oraz 8,3% ankietowanych (rodzice) nie ma zdania na ten temat. Natomiast 7,3% (studenci) oraz 8,9% (rodzice) uważa, że zdarza się to coraz częściej.

Pytanie dotyczące liczby powielanych stereotypów dotyczących płci pokazało, że w tej kwestii te odmienne generacje ankietowanych są zgodne. Ponad 70% (w obu ankietach) uznało, że liczba stereotypów jest podobna. Obydwie grupy równie zgodnie stwierdziły, że to dziewczęta są znacznie bardziej narażone na stereotypowe traktowanie – 21,5% oraz 18,7% głosów danej grupy.

Rodzice i młodzi respondenci nie są zgodni co do tego, że najczęstszym miejscem, gdzie ma się styczność ze stereotypami, jest dom. 24% rodziców zadeklarowało, że to tam spotyka się z tego rodzaju stereotypami. Natomiast w przypadku uczniów/studentów jest to aż 41,5%. Szkoła czy uczelnia to również ciekawy przypadek. Uczniowie/studenci znacznie częściej zauważają stereotypowe traktowanie w tym miejscu niż rodzice (57,6% do 37,9%).

Powyższe wyniki badania pokazują, że mimo indywidualnych wyborów ankietowanych, uzależnionych m.in. od osobistych doświadczeń, czy poglądów, można zauważyć pewne ogólne tendencje dla zróżnicowanych grup społecznych czy generacji – przeprowadzone badanie pozwala na konfrontacje między światopoglądem pokolenia rodziców a uczniów/studentów nieposiadających dzieci, jeśli chodzi o badane kwestie. Wyniki badania pokazują, jak ewoluują stereotypy, które są odzwierciedleniem światopoglądu społeczeństwa w określonych kwestiach. Badanie pozwoliło również wykazać postawę badanej populacji wobec konkretnych twierdzeń oraz umożliwiło sformułowanie wniosków dotyczących konkretnych konsekwencji stereotypizacji płciowej dzieci.

Podsumowanie

Przeprowadzone badania potwierdzają obecność stereotypów płciowych w świadomości społecznej, zarówno w pokoleniu (generacji) rodziców, jak i uczniów/ studentów. Stereotyp, który najmocniej ewoluował między pokoleniem współczesnych rodziców a pokoleniem uczniów i studentów to stwierdzenie, że kolor różowy jest bardziej odpowiedni dla dziewczynki, a niebieski dla chłopca – w grupie rodziców zgodziło się z tym poglądem 36,5% badanych, natomiast wśród uczniów/studentów – już tylko 16,5%. Niemal 90% ankietowanych, zarówno rodziców, jak i studentów było zdania, że stereotypy płciowe funkcjonują w społeczeństwie. Ponad 75% rodziców oraz ponad 83% uczniów i studentów stwierdziło, że zjawisko stereotypizacji jest negatywne. Według niemal 90% rodziców oraz uczniów i studentów, tego rodzaju stereotypy mogą wpływać na dorosłe życie. Otoczeniem, w którym stereotypowe postrzeganie płci jest najmocniej widoczne, jest według rodziców przestrzeń publiczna (np. sklepy). Dodatkowo ogromne znaczenie ma szerzenie tego typu twierdzeń przez innych rodziców oraz przez media (w tym telewizji i reklam). Studenci i uczniowie stereotypowe przekazy spotykają najczęściej w przestrzeniach publicznych, w tym szkołach i na uczelniach oraz w mediach.

Przegląd literatury przedmiotu potwierdził, że na stereotypowe wychowanie oraz dalsze powielanie stereotypów najbardziej narażone są dzieci, ponieważ to one przez naśladownictwo przejmują przekonania i postawy przekazywane z pokolenia na pokolenie, a informacje na temat stereotypowych cech są utrwalane w świadomości dziecka już ok. 8 roku życia. Szczególną uwagę należy zwrócić na następstwa stereotypów i ich wpływ na dalsze życie. Badacze wskazywali, że jest to m.in. brak pewności siebie, skłonności do ulegania presji otoczenia, izolowanie się od innych. Stereotypy to w większości negatywne, krzywdzące przekonania, które ograniczają indywidualne i obiektywne podejście do człowieka, a wzmacniają podejście uproszczone, ograniczone i mocno schematyczne.

Bibliografia:

- Białopiotrowicz Ewelina, Kojkoł Jerzy, *Stereotypy i uprzedzenia w środowisku studentów Akademii Marynarki Wojennej*, „Zeszyty Naukowe Akademii Marynarki Wojennej” 2010, nr 4, s. 183-212.
- Charlesworth, Tessa E.S., Banaji Mahzarin R., *Patterns of Implicit and Explicit Stereotypes III: Long-Term Change in Gender Stereotypes*, “Social Psychological and Personality Science” 2022, vol. 13, s. 14-26.
- Chodkowska Maria, *Teoria ról społecznych a badania socjopedagogicznych problemów zdrowia i choroby*, „Chowanna” 2002, nr 1, s. 39-56.
- Garbula Joanna Maria, *Dzieci wobec stereotypów płci*, „Forum Oświatowe” 2009, nr 1, s. 53-69.
- Krok Ewa, *Budowa kwestionariusza ankietowego a wyniki badań*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Studia Informatica” 2015, nr 37, s. 55-73.
- Królikowska Sabina, *Rola stereotypów płci w kształtowaniu postaw kobiet i mężczyzn wobec zdrowia*, „Nowiny Lekarskie” 2011, nr 5, s. 387-393.
- Majda Anna, Zalewska-Puchała Joanna, *Stereotypy uruchamiane w kontaktach międzykulturowych*, „Problemy Pielęgniarstwa” 2013, nr 2, s. 242-248.
- McKown Clark, Weinstein Rhona S., *The development and consequences of stereotype consciousness in middle childhood*, “Child Development” 2003, vol. 2, s. 498-515.
- Scheller-Boltz Dennis, *Ideologia płci w jednojęzycznych słownikach języka polskiego*, „Postscriptum Polonistyczne” 2017, nr 1, s. 163-171.
- Trusz Sławomir, *Kulturowa transmisja stereotypu płci. Co sprawia, że mężczyźni studiują na kierunkach ścisłych lub technicznych, a kobiety na kierunkach humanistycznych lub społecznych?*, „Labor et Educatio” 2015, nr 3, s. 265-301.
- Ward L. Monique, Grower Petal, *Media and the development of gender role stereotypes*, “Annual Review of Developmental Psychology” 2020, vol. 2, s. 177-179.

Martyna Pacak**Projekt medialnej kampanii społecznej pt. Niestereotypowi. Część 1.****Diagnoza problemu**

Stereotypy płciowe to twierdzenia (krzywdzące przekonania) rozpowszechniane na szeroką skalę przez społeczeństwa (grupy społeczne), które przypisują do płci role społeczne. Stereotypy związane z płcią z ogromną siłą oddziałują na zachowania społeczne. Przeprowadzone badanie miało na celu sprawdzenie obecnego stanu wiedzy Polaków na temat stereotypizacji oraz skłonności do stereotypowego postrzegania ze względu na płeć. W artykule przedstawiono również źródła powstawania stereotypów oraz możliwe konsekwencje, jakie mogą powodować stereotypy.

Słowa kluczowe: stereotypy, stereotypy płciowe, stereotypy płciowe dzieci, rodzice, uczniowie i studenci, kampania medialna

Project of a social media campaign. Entitled: Non-stereotypical. Part 1.**Problem diagnosis**

Gender stereotypes are statements (harmful beliefs) disseminated on a large scale by societies (social groups) that assign social roles to gender. Gender stereotypes have a huge impact on social behavior. The aim of the study was to check the current state of knowledge of Poles about stereotyping and the tendency to stereotype perception based

on gender. The article also presents the sources of stereotypes and the possible consequences that stereotypes may cause.

Key words: stereotypes, gender stereotypes, gender stereotypes of children, parents, pupils and students, media campaign

Data zgłoszenia tekstu: 08.03.2024

Data akceptacji tekstu: 15.04.2024